

Od małej kasy oszczędnościowo-pożyczkowej w południowych Niemczech na początku lat 60. XIX w., do międzynarodowego banku z silną obecnością na 17 rynkach Europy Środkowej i Wschodniej u progu drugiej dekady XXI w. Idea Friedricha Wilhelma Raiffeisena bankowości odpowiedzialnej, stabilnej i innowacyjnej stała się rzeczywistością na wielką skalę.



Oferta i wartości

Grupę Raiffeisen na rodzimym, austriackim rynku tworzy ponad 550 niezależnych banków spółdzielczych posiadających w sumie 1700 oddziałów. Ponad nimi jest 9 banków regionalnych, działających w poszczególnych krajach związkowych Austrii. Pracują one jako banki rozrachunkowe dla banków spółdzielczych oraz prowadzą własną działalność komercyjną. Grupa Raiffeisen działa też na poziomie ogólnokrajowym, koncentrując się na obsłudze dużych przedsiębiorstw i międzynarodowych korporacji oraz prowadząc działalność w 17 państwach Europy Środkowej i Wschodniej, w tym w Polsce.

Oprócz banków, Grupa zrzesza towarzystwa ubezpieczeniowe, kasy budowlane, fundusze inwestycyjne, spółki zarządzające aktywami, instytucje doradcze, faktoringowe, firmy handlowe i inne instytucje finansowe.

Logo Grupy, dwie skrzyżowane końskie głowy, to dzisiaj najlepiej rozpoznawalny i pozytywnie kojarzony znak towarowy w Austrii.

Fryderyk Wilhelm Raiffeisen zapoczątkował w XIX wieku ideę kas spółdzielczych,

które pomagały ubogim rolnikom, opierając się na zasadzie solidarności i wzajemnego wspierania się. Takie banki były tworzone później w wielu krajach Europy. Również w Polsce, na wzór kas Raiffeisena, powstawały na terenach zaboru pruskiego i austriackiego spółdzielnie kredytowe i banki ludowe.

Nazwisko twórcy tej idei żyje w bankowości do dziś. Spadkobiercą jego dzieła jest właśnie Grupa Raiffeisen. W ponad 120-letniej historii jej rozwoju nigdy nie doszło do upadłości któregośkolwiek z banków należących do Grupy.

Innowacje i promocje

Raiffeisen Bank Polska SA jest Bankiem uniwersalnym, skoncentrowanym na obsłudze małych i średnich firm, klientów indywidualnych z klasy średniej oraz osób najzamożniejszych w ramach segmentu private banking. Ta ostatnia przeszła w 2010 r. głęboką przemianę – zaczęła funkcjonować pod marką Friedrich Wilhelm Raiffeisen. Rebranding objął całą Grupę Raiffeisen, a Polska była jednym z pierwszych rynków. Nowa marka oznacza: większą ekskluzywność usługi za sprawą



podniesienia poziomu aktywów wymaganych od klientów; nowe produkty – wprowadzono m.in. prestiżową kartę kredytową MasterCard World Signia; oraz jeszcze wyższy komfort obsługi najbogatszych klientów w przeznaczonych dla nich placówkach.

Marka Raiffeisen w Polsce jest kojarzona z bankowością dla zamożniejszych klientów (tzw. segment affluent). Wprowadzona jesienią 2010 r. oferta rachunków osobistych jeszcze dobitniej podkreśla przewagę banku nad konkurentami, gdyż klienci pakietu Premium zostali wyposażeni w rozwiązania wyjątkowe, jak np. zbliżeniowa karta debetowa MasterCard Class&Club, zapewniająca udział w Programie Partnerskim Class&Club i oferująca szereg zniżek przy zakupie produktów i usług wiodących marek z różnych branż. Ponadto klienci mają do dyspozycji osobistych doradców i specjalne strefy obsługi we wszystkich placówkach banku.

Kontekst rynkowy

Dzieje Raiffeisen Bank Polska SA w Polsce to historia organicznego rozwoju pierwszego banku z zagranicznym kapitałem, jaki pojawił



się po przemianach 1989 r. – od wyspecjalizowanego w obsłudze zachodnich korporacji do instytucji uniwersalnej, kreującej nowe trendy i rozwiązania. Fundusze własne banku wzrosły z 8 mln zł w 1991 r. do prawie 2,4 mld zł w 2010 r. Zatrudnienie w nim znajduje niemal 3000 osób, pracujących w centrali oraz sieci 100 nowoczesnie wyposażonych placówek.

Bank od dłuższego czasu kontroluje 20 proc. rynku faktoringu, zajmując na nim pozycję lidera. Spółka Raiffeisen-Leasing Polska SA od wielu lat znajduje się wśród największych podmiotów w swoim segmencie.



Osiągnięcia i perspektywy

Nieprzeciętne wyniki finansowe oraz fachowa obsługa przy oferowaniu atrakcyjnych produktów zostały docenione przez rynek i klientów. Wydarzeniami bez precedensu były odniesione w latach 2005–2006 zwycięstwa w rankingach Przyjazny Bank „Newsweeka” oraz Najlepszy Bank wg „Gazety Bankowej”. W latach 2007–2008 Raiffeisen Bank Polska SA ponownie otrzymał tytuł Przyjazny Bank „Newsweeka”, zajmując w rankingu 2. miejsce. Był również wielokrotnie nagradzany za nowatorskie projekty informatyczne. Działalność w segmencie małych i średnich firm została siedmiokrotnie wyróżniona godłem promocyjnym „Bank Przyjazny dla Przedsiębiorców”.

Raiffeisen Bank Polska SA skupia się na udoskonalaniu oferty dla klasy średniej, klientów zamożnych oraz firm z sektora MSP, zapewniając im doradztwo na najwyższym poziomie oraz dostęp do najnowszych narzędzi finansowych. Jako pierwszy na krajowym rynku zdecydował się na rozwijanie bankowości mobilnej w postaci specjalnej aplikacji, co zapewnia użytkownikom większe bezpieczeństwo, wygodę i oszczędności. Mobilny Bank można zainstalować w praktycznie wszystkich telefonach komórkowych dostępnych w Polsce, w tym iPhone, BlackBerry, aparatach z systemami Windows Mobile, Symbian i wciąż najpopularniejszym Java.

To, czego nie wiedziałeś

- ★ Grupa Bankowa Raiffeisen obejmuje prawie jedną czwartą austriackiego rynku usług bankowych i ma największą w kraju sieć placówek.
- ★ Logo Raiffeisen Bank Polska SA tworzą końskie głowy, które chroniły przed złem i niebezpieczeństwem, a także symbolizowały siłę i pracowitość.
- ★ Raiffeisen Bank Polska SA pojawił się w Polsce w 1991 r., otrzymując licencję bankową z numerem drugim.
- ★ Grupa Raiffeisen w Polsce jest niekwestionowanym liderem w oferowaniu pozakredytowych instrumentów finansujących działanie przedsiębiorstw.



1991 Początek działalności w Polsce z ofertą dla klientów korporacyjnych

2000 Ekspansja w sektorze detalicznym; specjalna linia biznesowa dla segmentu MSP

2001 Karty kredytowe dla klientów indywidualnych

2002 Bank w zasięgu, czyli uruchomienie dostępu do konta przez telefon komórkowy

2004 Raiffeisen on-line, czyli dostęp do konta przez Internet; pakiet produktów dla mikrofirm R-Profit Przedsiębiorca; R-Mobile – aplikacja na telefon komórkowy umożliwiająca pełną obsługę konta

2005 Wprowadzenie na krajowy rynek kart kredytowych dla biznesu

2006 Pierwsza w Europie Środkowej i Wschodniej transakcja syntetycznej sekurytyzacji aktywów (z czeskim Raiffeisenbankiem a.s.)

2007 Pakiety R-Firma oraz Ekspresowa Linia Kredytowa dla mikrofirm

2009 R-Dealer, e-platforma wymiany walut; nowatorska aplikacja na telefon komórkowy Mobilny Bank

2010 Friedrich Wilhelm Raiffeisen – nowa marka bankowości prywatnej